

業務回顧

於回顧年內，集團錄得營業額486,800,000港元，較去年同期421,700,000港元上升15%。營業額上升主要因為集團於回顧年內不斷提升電子消費產品產量、深化垂直生產線及多元化高增值電子消費產品銷售的增加。集團的股東應佔純利為100,000,000港元，較去年同期56,900,000港元大幅上升76%。

集團於回顧年內毛利123,200,000港元(二零零三年：95,600,000港元)，較去年上升28.9%，毛利率達25.3%(二零零三年：22.7%)。毛利率上升主要受惠於集團致力深化垂直生產線以發揮規模經濟效益，以及多元化高增值電子消費產品銷售的增加。



電子計算機

電子計算機

於回顧年內，銷售電子計算機仍然是集團營業額的主要來源，錄得358,200,000港元，佔集團的營業額73.6%(二零零三年：335,500,000港元，佔集團的營業額79.6%)。二零零四年全球經濟復甦，電子消費產品的需求已回復非典型肺炎前的水平。集團的電子計算機訂單亦因而受惠，錄得穩步增長。於回顧年內，集團致力配合市場需要，推出更多具備嶄新功能及增值元素的新款電子計算機，鞏固集團為全國最大電子計算機生產商之一。

其他電子消費產品

集團積極開拓多元化高增值電子消費產品，於回顧年內錄得顯著增長。多功能防水手錶及家用電話的銷售額分別為34,400,000港元及27,200,000港元，分佔集團的營業額7.1%及5.6%。多功能防水手錶及家用電話的銷售亦較去年同期分別大幅上升335%及162%(二零零三年：多功能防水手錶及家用電話的銷售額分別為7,900,000港元及10,400,000港元；分別佔集團的營業額1.9%及2.5%)。於回顧年內集團積極於發展中國家市場拓展多功能防水手錶的銷售，反應熱烈，由於其邊際利潤較電子計算機為高，集團將會繼續拓展銷售及增加產量，以擴闊收入來源。



多功能防水手錶



液晶體顯示屏

於回顧年內，液晶體顯示屏的銷售額達29,700,000港元，佔集團的營業額6.1%（二零零三年：34,400,000港元，佔集團的營業額8.2%）。

於回顧年內，集團興建新的STN液晶體顯示屏生產線已於二零零四年六月完成試產，並預計於二零零五年第二季開始商業投產，主攻外銷市場。



STN液晶體顯示屏生產線

市場拓展

於回顧年內，集團除了鞏固現有市場的佔有率外，更致力擴大銷售版圖。目前集團已成功開拓亞洲、非洲、西歐、中東及北美洲等地。配合銷售版圖的拓展步伐，於回顧年內，集團推出多樣化的產品以迎合市場所需。集團旗下三大品牌：「德信」、「卡迪奧」及「愛信」於顧客心目中已建立了高質素及可靠的形象，尤其於發展中國家市場表現最為超卓。集團更透過與國際品牌合作生產電子消費禮品，提升集團海外知名度。於回顧年內，集團參與全球各地多個電子消費產品展覽會及貿易會，向海外買家展示集團的最新電子消費產品。

企業發展

於回顧年內，集團於福建省仙游縣投資興建20條生產線。仙游廠房生產面積約50,000平方米，於二零零四年十二月三十一日聘用近1,400名員工。仙游擁有龐大的勞動人口市場，工資水平亦較莆田為低，有助集團降低營運成本，維持競爭力。



模具分廠

集團亦持續深化垂直生產線，達致全面降低成本及提升效率的目標。於回顧年內，集團增設模具分廠及完成STN液晶體顯示屏生產線試產。此外，集團於回顧年內正興建ITO玻璃生產線，將可進一步深化液晶體顯示屏垂直生產線，為集團提供穩定的零件供應及減少零件存貨，降低生產成本。



人力資源

截至二零零四年十二月三十一日，集團於中港兩地共聘用約9,300僱員（二零零三年十二月三十一日：約8,000僱員）。員工的增加主要是來自新聘仙游的員工，配合電子消費產品的產量及類別的增加。集團員工的薪酬是根據僱員之工作表現及經驗以及市場薪酬釐定。此外，集團亦為中港兩地的僱員提供退休福利計劃。

財務回顧

流動資金及財務資料

集團於回顧年內均以內部生產之資源及中港兩地的主要往來銀行提供之銀行信貸撥付營運所需。於二零零四年十二月三十一日，集團計息銀行貸款為50,000,000港元，其全為浮息港元貸款（二零零三年十二月三十一日：無）。二零零四年十二月三十一日，本集團之銀行借貸由公司及若干本公司附屬公司提供公司擔保。

於二零零四年十二月三十一日，集團之銀行借貸以港元標示，集團之銷售額及購貨額則以人民幣、港元或美元標示。由於人民幣、港元及美元之匯率頗為穩定，因此，董事認為集團並無承擔重大的外匯波動風險。年內，集團並無為對沖風險而使用任何金融工具，於二零零四年十二月三十一日，集團並無任何已動用的對沖工具。

於二零零四年十二月三十一日，集團之流動資產約為300,400,000港元（二零零三年十二月三十一日：243,200,000港元），流動負債約為150,800,000港元（二零零三年十二月三十一日：153,000,000港元）。集團之流動比率由二零零三年十二月三十一日約1.6倍上升至二零零四年十二月三十一日約2.0倍。集團之資產總值約為513,800,000港元（二零零三年十二月三十一日：396,100,000港元），負債總額則約為188,300,000港元（二零零三年十二月三十一日：153,100,000港元），以此計算，於二零零四年十二月三十一日之資本負債比率（以總負債對總資產呈列）約為36.6%（二零零三年十二月三十一日：38.7%）。

展望

展望將來，集團將繼續秉承「德字立基、信譽為宗」的企業宗旨，一方面致力提升電子消費產品的產量，配合不斷擴大的垂直生產線，進一步提升營運效率；另一方面集團亦會繼續開拓不同類別的高增值電子消費產品。



配合集團高速的增長步伐，集團已制定長遠的發展方針，策略性擴展生產規模，盡享地理及勞工成本的優勢。於回顧年內，集團已落實於河南省滑縣建立另一大型生產基地，裝設多功能防水手錶及電子計算機生產線，已於二零零五年上半年開始投產，大幅增加電子計算機及多功能防水手錶產能。河南省人口約1億，勞工成本、零件及原材料價格遠較福建省為低，有助降低集團整體生產成本。另外，河南省地處中國中心，為內陸地區的交通樞紐，有助集團開拓國內內銷市場。

集團深信善用不同地區的資源優勢能解決國內勞動人口短缺及工資水平不斷上升的難題。集團將靈活調配生產力，莆田生產總部主力處理高增值的生產工序，其他生產工序則集中於河南及仙游等勞動人口較多的地區。

此外，集團亦將致力拓展STN液晶體顯示屏業務，並計劃積極打進日本及韓國市場，主攻當地家電及文儀器材的廠家。同時，集團亦會因應市場的需求，靈活調配TN與STN液晶體顯示屏內部需要與外銷比例，擴大收入來源。

配合ITO玻璃生產線於二零零五年四月完成試產並隨即進行量產，集團更考慮於二零零五年拓展全新生產線，提供晶片裝貼玻璃技術(Chip on Glass)增值服務，提高集團產品邊際利潤及控制產品質素。

針對不同市場的需要，集團將繼續開拓各類型電子消費產品，開發更多具潛力的市場，特別是發展中國家市場所蘊藏的商機。集團已鎖定中國內銷市場，並透過與國際品牌合作生產電子消費禮品，進一步拓展歐洲及美國市場。

電子消費產品的商機無窮無盡。集團將會繼往開來，全力加速發展步伐，緊握全球電子消費產品不斷攀升的需求，維持強大的增長動力，為集團締造更理想及光輝的前景。

